

ANALISIS TEORI PERMAINAN DAN SWOT UNTUK
PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN
PADA INDUSTRI KECIL MENENGAH BATIK TULIS
DI JAWA TIMUR
(Studi Kasus di Surabaya, Sidoarjo, Bangkalan dan Pamekasan)

SKRIPSI



OLEH :

GERALDY SOEHANDONO

0832010056

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR

2012

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kami haturkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulisan Tugas Akhir ini dengan judul “Analisis Dengan Metode Teori Permainan dan SWOT Untuk Penentuan Strategi Pemasaran Batik Tulis di Jawa Timur” bisa terselesaikan.

Skripsi ini disusun guna mengikuti syarat kurikulum tingkat sarjana (S1) bagi setiap mahasiswa jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri UPN “Veteran” Jawa Timur. Kami menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih kurang sempurna, penulis menerima adanya saran dan kritik untuk membenahinya.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak sekali bimbingan dan juga bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Sudarto, MP. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Ir. Sutiyono, MT. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Ir. Minto Waluyo, MM selaku Ketua Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dan juga selaku Dosen pembimbing I terima kasih atas bimbingannya dan memberikan ilmu yang berharga kepada saya.

4. Bapak Drs. Pailan selaku Sekertaris Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Ir.Irwan Pandi Wahyono a.k.a Om irwan Atas nama Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur dan selaku pembimbing lapangan, terima kasih saya telah diberikan fasilitas dan dukungan penuh dalam penelitian ini.
6. Bapak Ir.Didi Samanhudi,MMT selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing serta memberikan pelajaran berharga kepada saya.
7. Ibu Ir.Endang Pudji.W, MMT dan Ibu Ir.Erlina Purnamawaty,MMT selaku Penguji Ujian Negara Lisan.
8. Bapak Dwi Sukma Donoriyanto ST, MT dan Ibu Ir.Rochmoeljati,MMT selaku Penguji Seminar II.
9. Bapak Ir.Tri Susilo,MM serta Bapak Suseno Budi Prasetyo, ST , MT dan Ibu Ir.Enny Ariyani, MT selaku Penguji Seminar I (so awesome 3 penguji).
10. Om Wira owner Canting Batik Surabaya, Pak Mursidi owner Murni Batik Sidoarjo, Pak Ahmadi owner Aneka Batik Pamekasan dan Bu Maemunah owner Pesona Batik Bangkalan terima kasih saya dipercaya untuk melakukan penelitian ini.
11. Kepada Papa Han “Pak Kumis” dan Mama Sita serta teman duet maut ku di kamar selama 17 tahun Reyvaldo atas semangat, dukungan, materi, cinta dan kasih sayang kepada saya. Tiada kata selain TERIMA KASIH!

12. Saudara, paman-bibi om-tante pakde-bude atas dukungan materi dan moril selama ini. Tak henti-hentinya saya ucapkan TERIMA KASIH !
13. Opa Ellong proud to be C !
14. Semua dosen yang pernah mengajar dan membimbing saya dan juga staff UPN yang membantu saya dalam proses pencapaian Tugas Akhir ini.
15. Ibu Ir.Erlina Purnamawaty, MMT selaku Kepala Laboratorium Statistik dan Optimasi.
16. A-yee Team + Manager (Rido, Delly, Andre, Aing dan Mama Ririn) serta Super Sub Riduwan, Kakak sulung Agung Bach, Teddy Bear serta Pak Ponco dan Pak Sugeng atas urusan lancar nya di TU. AAYEEEE
17. Dukungan serta bantuan dari Teman Assisten Laboratorium “L-Stasio” We are 9 Dragon Chandra-Bima-Wempy-Vony-Riska-Fahma-Hilda-Jojo-Aing dan Mas Ramzy serta Mbak Debrina.
18. Mas Fridam Poetra putugrep yang selalu GALAU SORO POD SUMPAAH ! dan juga teman-teman angkatan 09 Rio, Dwi, Johan, Maghrib, Doni, Kadek, Erny, Reny, Ony, Desi, Indra, Fauzi, Elwin, Januk, Afif dan Dinar.
19. Teman Asslab Prokom (Danang-Famei-Pitha-Ayu-Dio-Yanuar-Herdi-Dedi) dan Asslab Prosman (Gopar dan Tole tole nya A’an, Risa, Kemas Agus, Sandy, Dek Sur).
20. Teman angk. 2010 pagi Titik, A’an, Tito dan Andre serta Yus, 2010 Sore Alfian, Ary Susanto, Putu dan Eko.
21. Teman – teman TI.UPN yang sudah membantu saya pada saat waktu bermain dan belajar. motto terkenal : P.O.L.O.S dan bobok ciang.

22. Husein alias Eby, Novianto alias Vian, Helmi, Tomy, Didin, Itong, Duta, Nungky, Wendra, Lydia aka Mbak lilik, Andrias serta Agung Har ditunggu Sarjana nya.
23. Untuk Sahabat-sahabat yang seperjuangan dan selalu saling memberi semangat, saya ucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya.
24. Kepada sponsor yang pernah bekerja sama dalam kegiatan Gaming saya selama ini : BATTLEZONE, SGOGAMING, ARMY, Kamikaze Corp, BIOSTAR, HIS, Razer, Steelseries, AMD, BENQ, dan HitechMall Surabaya. Terima kasih banyak selama 5 tahun ini.
25. Untuk moriska kartika triana dan keluarga, atas inspirasi dan kenangan indah nya. Membuat saya bangun dari keterpurukan dan termotivasi lagi meski 4 tahun tak bersama, saya ucapkan terima kasih banyak.
26. Untuk teman-teman Himpunan Mahasiswa Teknik Industri (HMTI), terima kasih atas dukungannya.
27. Semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan Tugas Akhir ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Saya ucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun yang dapat membantu penulis dimasa yang akan datang. Semoga laporan ini dapat bermanfaat sekaligus dapat menambah wawasan serta berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 28 Maret 2012

Penulis

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI.....

DAFTAR GAMBAR.....

DAFTAR TABEL.....

DAFTAR LAMPIRAN.....

ABSTRAKSI.....

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah 1

1.2. Perumusan Masalah 2

1.3. Batasan Masalah 2

1.4. Asumsi 3

1.5. Tujuan 3

1.6. Manfaat Penelitian 3

1.7. Sistematika Penulisan 4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran 6

2.1.1. Strategi Pemasaran 7

2.1.2. Segmentasi Pasar 8

2.1.3. Bauran Pemasaran 9

2.2	Teori Permainan	12
2.2.1.	Kriterian Permainan	13
2.2.2.	Klasifikasi Permainan	13
2.2.3	Matriks Pembayaran	15
2.2.4	Nilai Permainan	17
2.2.5	Permainan Berjumlah Nol Dua Orang	17
2.2.6	Permainan Nol Dari N Pemain	26
2.3.	Analisa Strength Weakness Opportunities Threats (SWOT)	28
2.3.1	Matriks Faktor Strategi Eksternal Internal	30
2.3.2	Matriks Faktor Strategi Internal	32
2.3.3	Matriks Faktor Strategi Eksternal	34
2.3.4	Matriks SWOT	35
2.2.	Penarapan Khusus game theory dan SWOT Dalam Penelitian Ini	36
2.3.	Alat Pengujian Data	36
2.5.1.	Uji Kecukupan Jumlah Data	37
2.5.2.	Uji Validitas	37
2.5.3.	Uji Reliabilitas	38
2.4.	Teknik Pengambilan Sampling	39
2.4.1.	Populasi	39
2.4.2.	Sampel	39
2.4.3.	Teknik Sampling	40
2.4.4.	Menentukan Ukuran Sampling	43
2.5.	Penelitian Terdahulu	44

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Lokasi dan Waktu Penelitian	48
3.2.	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	48
3.2.2.1	Variabel berdasarkan Product (Produk).....	49
3.2.2.2	Variabel berdasarkan Price (Harga).....	49
3.2.2.3	Variabel berdasarkan Promotion (Promosi)	49
3.2.2.4	Variabel berdasarkan Place (Tempat).....	50
3.3.	Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian	50
3.4.	Metode Pengumpulan Data	50
3.4.1.	Penentuan Alat Pengumpulan Data	51
3.4.2.	Penentuan Variabel Penelitian Awal	51
3.4.3.	Metode Pengambilan Data	51
3.5.	Metode Pengolahan Data	53
3.5.1.	Uji Kecukupan Jumlah Data	53
3.5.2.	Uji Validitas	53
3.5.3.	Reliabilitas Kuesioner	55
3.5.4.	Teori Permainan	56
3.6.	Langkah-langkah Penelitian dan Penyelesaian Masalah	57

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1.	Pengumpulan Data.....	62
4.1.1.	Penyusunan Kuesioner.....	63
4.1.2.	Penyebaran Kuesioner.....	64
4.1.3.	Pengembalian Kuesioner.....	65

4.2.	Uji Jumlah Kecukupan Data.....	
	66	
4.3.	Uji Validitas.....	66
4.4.	Uji Reliabilitas.....	
	68	
4.5.	Matriks Pembayaran (Pay Off).....	
	72	
4.5.1.	Pembuatan Matriks Pembayaran (Pay Off).....	76
4.5.2.	Formulasi Program Linier.....	86
4.5.3.	Perhitungan Program Linier.....	93
4.6.	Penyusunan Strategi Game Theory.....	94
4.7.	Penyusunan Perencanaan Strategi SWOT.....	95
4.7.1	Pengolahan Data dengan Expert Choice.....	95
4.7.2	Menentukan Tabel EFAS dan IFAS.....	111
4.7.3	Menentukan Matriks SWOT.....	131
4.8.	Penyusunan Strategi Pemasaran.....	137
4.9	Hasil dan Pembahasan.....	138
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan.....	140
5.2.	Saran.....	141

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ABSTRAKSI

Batik adalah warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan non bendawi) dari indonesia menurut United Nation Educational Scientific and cultural Organization (UNESCO). Batik pun tetap menjadi pilihan masyarakat sebagai identitas dari negara indonesia. Ditetapkan nya batik indonesia menjadi warisan budaya tak benda oleh UNESCO, merupakan tantangan sekaligus peluang. Pemerintah harus lebih agresif dan berinisiatif melakukan pembinaan dan pengembangan agar pengakuan dari UNESCO tetap bisa dipertahankan. yang tidak kalah pentingnya bagaimana batik ini mampu meningkatkan devisa dan pendapatan pembatik.

Para pengrajin batik tulis mengalami masalah yang dalam strategi pemasaran yang mana kebijakan pemerintah dan swasta untuk pemakaian batik dalam hari kerja sehingga perlunya menangkap peluang bisnis tersebut, yang selama ini pemasaran nya dirasa masih stagnan. Untuk itu diperlukan analisis yang membahas situasi kompetitif pemasaran batik, selanjutnya digunakan sebagai strategi kedepan nya untuk menghadapi persaingan.

Untuk menentukan strategi pemasaran pada industri kecil menengah batik tulis di Jawa Timur, Khususnya Surabaya, Sidoarjo , Bangkalan, Pamekasan. Teori Permainan merupakan bidang ilmu penunjang dalam penentuan strategi pemasaran, yang banyak digunakan dalam kondisi persaingan pemasaran. Teori SWOT digunakan untuk merepresentasikan ketidakpastian batas antara satu kriteria dengan kriteria lainnya yang dihasilkan oleh adanya penilaian manusia.

Berdasarkan dari hasil penelitian, Untuk kota Surabaya memanfaatkan Strength seperti Harga, Kualitas Warna, Desain Motif dan Pameran serta Opportunities atau peluang antara lain pasar yang semakin luas, ciri khas batik di pertahankan, daya beli masyarakat yang bervariasi dan merek sudah dikenal baik oleh masyarakat. Kota Sidoarjo memanfaatkan Strength antara lain Harga, Kualitas Kain, Desain Motif dan Pameran serta Opportunities antara lain pasar yang semakin luas, ciri khas batik di pertahankan, daya beli masyarakat yang bervariasi dan merek sudah dikenal baik oleh masyarakat. Kota Pamekasan memanfaatkan Strength antara lain Harga, Kualitas Warna, Desain Motif dan Pameran serta Opportunities antara lain pasar yang semakin luas, ciri khas batik di pertahankan, daya beli masyarakat yang bervariasi dan merek sudah dikenal baik oleh masyarakat. Kota Bangkalan memanfaatkan Strength antara lain Harga, Kualitas Warna, Desain Motif dan Pameran serta Opportunities antara lain pasar yang semakin luas, ciri khas batik di pertahankan, daya beli masyarakat yang bervariasi dan merek sudah dikenal baik oleh masyarakat.

Kata Kunci : Batik Tulis, Teori Permainan, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

Batik is the cultural heritage of humanity for verbal and non-material) of Indonesia by the United Nations Educational Scientific and cultural Organization (UNESCO). Batik was still an option as the identity of the Indonesian state. Indonesian batik was specified to be no objects of cultural heritage by UNESCO, is a challenge and an opportunity. Government should be more aggressive and initiate training and development for the recognition of UNESCO it can be maintained. is no less important how batik was able to increase foreign exchange earnings and batik.

Batik artisans who have problems in marketing strategy in which government and private policy for the use of batik in the day so the need to capture business opportunities, which has been marketing its still feels stagnant. It required that addresses the analysis of competitive marketing situation batik, then used as its future strategy to face competition. To determine the marketing strategy on small to medium batik industry in East Java, especially Surabaya, Sidoarjo, Bangkalan, Pamekasan.

Game theory is a field of science supporting the determination of marketing strategy, which is widely used in marketing competition conditions. SWOT theory is used to represent the uncertainty of the boundary between one criterion with other criteria generated by the presence of human judgment.

Based on the results of research, the city of Surabaya to take advantage of Strength, among others, Price, Quality Colors, Designs and Motifs and Exhibition Opportunities include expanding market, typical of batik are defended, purchasing power is varied and the brand is already well known to the public. Strength utilize the town of Sidoarjo include price, quality fabrics, designs and motifs and Exhibition Opportunities include expanding market, typical of batik are defended, purchasing power is varied and the brand is already well known to the public. Strength Pamekasan city utilize such Price, Quality Colors, Designs and Motifs and Exhibition Opportunities include expanding market, typical of batik are defended, purchasing power is varied and the brand is already well known to the public. Strength Bangkalan city utilize such Price, Quality Colors, Designs and Motifs and Exhibition Opportunities include expanding market, typical of batik are defended, purchasing power is varied and the brand is already well known to the public.

Keyword : Batik, Game Theory, Marketing Strategy.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Batik adalah warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan non bendawi (Masterpieces of the oral and intangible Cultural Heritage of Humanity) dari indonesia menurut United Nation Educational Scientific and cultural Organization (UNESCO). Batik pun tetap menjadi pilihan masyarakat sebagai identitas dari negara indonesia. Ditetapkan nya batik indonesia menjadi warisan budaya tak benda oleh UNESCO, merupakan tantangan sekaligus peluang. Pemerintah harus lebih agresif dan berinisiatif melakukan pembinaan dan pengembangan agar pengakuan dari UNESCO tetap bisa dipertahankan. yang tidak kalah pentingnya bagaimana batik ini mampu meningkatkan devisa dan pendapatan pembatik.

Di Jawa Timur yang terdiri dari 38 kabupaten/kota memiliki motif dan warna batik yang unik dan bervariasi. Meskipun tidak semua kabupaten/kota memiliki batik khas daerahnya, namun motif yang digunakan sebagai deskripsi tema dari masing – masing daerah di Jawa Timur. Para pengrajin batik tulis mengalami masalah yang dalam strategi pemasaran yang mana kebijakan pemerintah dan swasta untuk pemakaian batik dalam hari kerja sehingga perlunya menangkap peluang bisnis tersebut, yang selama ini pemasaran nya dirasa masih stagnan. Untuk itu diperlukan analisis yang membahas situasi kompetitif pemasaran batik, selanjutnya digunakan sebagai strategi kedepan nya untuk menghadapi persaingan. Batik Surabaya terkenal akan ciri khas motif seperti

pohon mangrove serta ayam bekisar dan bunga teratai, Batik Sidoarjo yang terkenal dengan motif bunga kenanga, sedangkan batik Pamekasan dan Bangkalan yang berasal dari pulau madura yang hampir semua konsumen sudah tau akan warna yang begitu mencolok sehingga terlihat elegan.

Untuk menentukan metode yang tepat, maka penelitian ini menggunakan terori permainan sebagai metode yang digunakan karena metode ini menentukan strategi apa yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan agar dapat menarik minat membeli dari konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan yang dihadapi, yaitu :

“Bagaimana menentukan strategi pemasaran pada industri kecil menengah batik tulis di Jawa Timur khususnya Surabaya, Bangkalan, Pamekasan, Sidoarjo?”

1.3 Batasan Masalah

Batasan-batasan yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Posisi masing – masing produk hanya ditinjau berdasarkan sudut pandang konsumen.
2. Penentuan variabel yang mempengaruhi konsumen dalam membeli batik tulis berdasarkan saran dari DISPERINDAG.

3. Pengambilan sampling data dengan kuesioner dilakukan pada masyarakat umum sebagai konsumen yang telah lolos kriteria yang di tentukan (konsumen dalam setahun membeli batik lebih dari 2 potong batik).
4. Penentuan rating pada matriks SWOT berdasarkan saran dari DISPERINDAG.
5. Penentuan atribut yang mempengaruhi konsumen dalam membeli batik tulis berdasarkan saran dari DISPERINDAG.

1.4 Asumsi

Asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persaingan yang terjadi bersifat wajar dan sehat.
2. Batik tulis yang di teliti berbahan dasar kain katun
3. Hasil pengisian kuesioner dari responden mewakili populasi seluruh pengguna batik.

1.5 Tujuan

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

Untuk menentukan strategi pemasaran pada industri kecil menengah batik tulis di Jawa Timur, Khususnya Surabaya, Sidoarjo , Bangkalan, Pamekasan.

1.6 Manfaat

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Agar dapat mengetahui persaingan pemasaran dan alasan konsumen membeli kain batik daerah Surabaya, Sidoarjo, Pamekasan dan Bangkalan.

2. Agar dapat memberikan input tentang kebenaran teori-teori yang ada dan dapat mendorong para mahasiswa untuk memperbaiki hasil penelitian ini.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan yang ada dalam penelitian ini adalah :

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, asumsi-asumsi, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang akan digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka yang berasal dari literatur – literatur untuk menyelesaikan laporan penelitian ini, sehingga kebenaran dari metode yang ada dapat dipertanggung jawabkan. Tinjauan pustaka yang digunakan untuk menunjang penelitian ini yaitu pemasaran, strategi pemasaran, dan metode – metode yang digunakan yaitu Teori Permainan dan SWOT.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang waktu lokasi dan penelitian, variabel – variabel yang digunakan untuk menguraikan tentang metode, pengumpulan data yang digunakan, pemaparan data-data yang telah dikumpulkan selama penelitian serta langkah-langkah yang digunakan untuk pemecahan masalah dan pencapaian tujuan.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang hasil pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan serta analisa dari hasil pengolahan data.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari analisa dan pada penelitian ini, juga daran – saran yang berkenaan dengan penyempurnaan tulisan lebih lanjut dalam laporan penelitian ini.

Daftar Pustaka

Lampiran